

グローバル標準の レベニューオペレーションを実装し 組織のプロセスを変革 成果の「再現性」を高める仕組みを実現



Ask One
powered by Sansan

CREATIVE SURVEY

カスタマープロフィール

クリエイティブサーベイ株式会社
業 界：IT・SaaS

課題

- 事業成長に伴い増大するレベニュー組織の業務負荷軽減
- 経営陣およびマネージャーの付加価値業務への集中
- グローバル標準のオペレーション実装によるフォーキャスト精度向上
- レベニュー組織における意思決定サイクルの高速化

ソリューション

- Xactly Forecasting

導入効果

- ミーティング時間が約4分の1に削減
- マネージャーがフォーキャスト業務に割く時間が約4分の1に削減
- 商談サイクルが約半分に短期化
- リスク検知を早期化し先回りした打ち手の実行が可能に
- フォーキャスト精度が向上



Xactly Forecastingは、グローバル標準のオペレーションモデルを組織に導入定着していく上で必要な手段がすべて揃っています。グローバルのサービスと比較しても、非常に汎用性が高く、細かな領域までデータを取得でき、自社のビジネスに合わせて設計・構築できる点にも優位性を感じました。



クリエイティブサーベイ株式会社 代表取締役 石野 真吾 氏

課題

事業の急成長を支える フォーキャスト管理に課題

クリエイティブサーベイ株式会社は、名刺交換から請求管理に至るまで働き方を変えるDXサービスを提供しているSansan株式会社と、デジタルデザイン会社の株式会社フォーデジットの2社を株主として、2024年、11期目を迎えるスタートアップ企業です。「顧客の声を機会に変える」をミッションに掲げる同社は、オンライン・オフライン・社内・社外、あらゆる顧客接点で活用できる汎用的かつ柔軟なデータ入力インターフェースであるマルチチャネルフォームをマルチブランドで提供。顧客とブランドのつながりを強くするBtoC向け「CREATIVE SURVEY」、あらゆる顧客接点で営業機会を逃さないBtoB向け「Ask One」の2ブランドを通じて、テクノロジーの力で顧客とのコミュニケーションのあり方を変え、顧客体験の改善と事業成長を後押ししています。

事業の拡大と共にCX市場で急成長を見せる同社は、商談数や引き合い数が急ピッチで増えていくなかで、主に3つの克服すべき課題を認識していました。代表取締役の石野真吾氏はこう説明します。



クリエイティブサーベイ株式会社
代表取締役
石野 真吾 氏

「1つは、経営陣およびマネージャーのリソースをより付加価値の高い領域に投下していく必要があること。2つ目は、再現性のある成長のためグローバル標準のオペレーションモデルを構築すること。3つ目はレベニュー組織における意思決定のサイクルを高速化することです。自転車操業的に、『今月は良かったけど来月はなぜかダメでした』ということが続けていけば、なかなか先手を打ちながら現状を変えていくことができません。単に精度を高めるだけではなく、組織の中にフォーキャスト業務のリズムを作っていく必要があると考えていました。また、セールスサイクルが一年で70%も短縮し、マルチブランド展開により提供プランや価格が変化するなかで、加重パイプライン値に基づく予測には限界も感じていました」

同社の伴走者としてレベニュー領域のコンサルティングを担当するエンハンプ株式会社 代表取締役の川上エリカ氏は、「独自性を発揮して差別化できる領域と、標準化の方が有効な領域とに分けるなら、フォーキャストマネジメントは後者に該当します。しかし、標準モデルが存在するにもかかわらず、なぜか属人化しがちで、結果として精度が低下する状況が生まれています。Salesforceの商談フェーズと混同した運用や、Salesforce上のデータを適宜スプレッドシートに切り出して売上予測を行うというやり方では、どうしても個人の能力に依存してしまったり精度が低く、再現性に乏しいのです」と補足します。



エンハンプ株式会社 代表取締役
川上 エリカ 氏

解決の
方向性

再現性のあるグローバル標準のオペレーションを組織に導入

川上氏は、フォーキャストの精度を低下させる原因の一つが、複数のツールを行き来することにより生じる”漏れ”だとして、「Salesforceを見たり、スプレッドシートを見たり、はたまた別のデータを見たりといった過程で正確性が失われていきます。データは使い方によっては価値のないものになってしまうわけです。ビジネス判断に活用し再現性ある成長を実現するために

は、誰が見てもここに必ず正解があるという管理方法(Single Source of Truth)を実現するしかありません」と指摘します。

こうした属人化の解消によるフォーキャストの精度向上に向けて、クリエイティブサーベイは、フォーキャストマネジメントに特化したツールの選定を開始。同社が目指したのは、ツールの導入を通じてグローバル標準のオペレーションモデルを組織に導入することです。そのための要件として、「信頼できる情報源を一か所に集約できること」に加え、将来にわたり事業の持続的成長を支える「レベニューオペレーションの再現性」、自社のビジネスに合う形で指標やスナップショット、ダッシュボードを設計・構築できる「汎用性の高さ」を重視しました。これらの要件を難なくクリアしたのがXactly Forecastingでした。



定着化に向けて 正解を掴みながら前進

フォーキャストマネジメントツールの検討において他の選択肢がなかったわけではありません。実際、グローバルには数多くのプレーヤーが存在しています。

「我々がやりたいことを実現するために、グラフで可視化できるとか、スナップショットを取得できるといった手段は世の中にたくさんあります。しかし、それらを確実にオペレーションに乗せるためのソリューションを持ち合わせているかどうかが重要で、この点がXactly Forecastingと他社ツールとの大きな違いでした。

Xactly Forecastingは思っていた以上に柔軟性が高く、グローバル標準のオペレーションモデルを組織に導入していく上で、必要な手段がすべて揃っているというのが最初の印象でした。フォーキャストの精度が非常に高い人が手作業で当たり前に行っていることを、同じようにやろうとしても一筋縄ではいきません。でも、Xactly Forecastingがそれを可能にしてくれると確信しました。国内展開しているベンダーがXactlyのみであったことも導入の意思決定を後押ししてくれました」と石野氏。

川上氏も、「非常に細かな領域までデータを取得できるので、数値だけあって中身がブラックボックス化してしまう心配もありません。私のかつての同僚で、レベニューオペレーション領域で活躍されていた方が、今喜んで活用されているツールがXactlyだと聞いて、大きな安心材料にもなりましたね」と付け加えます。

同社は定着化に向けて、まずは四半期を13週に分け、週次でのミーティングのサイクルを決定。フォーキャストミーティングやパイプラインミーティングを誰と、どの周期で行い、どのタイミングで、どのダッシュボードを見ながら何を話すかをルール化することがから始めました。ただ闇雲に取り組むのではなく、正解を一つひとつ掴みながら前に進むためのルールづくり

です。また、数値に対するコミットも人によって捉え方が異なることから、組織内で明確な基準を作成するなど、一つひとつ丁寧に運用に乗せていきました。



成果

商談のプロセスを 臨場感をもって可視化

「データ分析は、その人のセンスが問われます。データが語りかけてくるように見える人もいれば、数字の羅列にしか見えない人もいます。でも、一度Xactly Forecastingでビジネス要件を定義したうえで設計してしまえば、誰が見てもデータが語りかけてくる状況が作れます」と川上氏。

「おかげでプロセスのボトルネックやリスクをタイムリーに検知でき、先回りした打ち手の実行が可能になっています。暗闇の中を歩いていたところに、ライトとコンパスを手にした感覚です」と石野氏は表現します。

Xactly Forecastingの導入は営業の現場にも変化をもたらしています。たとえば、明確なビジネス要件定義のもとに精度の高いフォーキャストが実現したとき、特定の商談がうまくいかない理由が臨場感をもって可視化されることになります。

「Xactly導入によって面白い発見もありました。導入段階で商談のマイルストーンを再定義し、Xactlyで可視化しました。マネージャが営業とのフォーキャストの会話の中にそれを採り入れ、マイルストーンによって営業担当自身が商談の前に進められることを臨場感をもって体験できることによって、自然とSalesforceの入力習慣が改善されました。SFAの活用習慣の悩みはよく耳にしますがこういった改善プロセスもあるのだなと思います。」(川上氏)

定量的効果も顕著に現れています。営業マネージャーが商談の把握やフォーキャスト業務にかかる時間は4分の1程度に短縮。商談を進めるためにリソースを使えるようになったこと、商談のリスクを検知して営業個人だけではなくマネジメントチームも全員で協力して顧客に向き合うことで、商談サイクルは半分以下に短期化されました。また、数時間かけていたミーティング時間は4分の1程度に短縮。Xactlyに正解が集約され、他を見に行く理由がなくなりました。導入からまだ日が浅く、フォーキャストの精度については今後の検証を待つことになるものの、マイルストーンの確認やアラートへの対応などが組織に根付き、確実に向上している手応えがあります。川上氏も、「売上予測の領域は科学であり、すでに確立されているグローバル標準のオペレーションモデルを適用すれば必ず精度が上がります」と自信を覗かせます。

クリエイティブサーベイでは、早くも次のステップとして、着地予測の工数削減と精度向上に向けたAIの活用を始めています。AIに任せるのではなく、人間が見過ごしかねない小さなリスクを拾い上げるきっかけにする考えです。また一方で、Xactlyが提供するインセンティブ報酬管理のプラットフォーム「Xactly Incent」にも関心を寄せており、「より能力のある人がチャレンジできる環境を作ることは、企業競争力の強化につながるので、どこかのタイミングでチャレンジしたいですね」と石野氏。

持続的な成長を支えるレベニューオペレーションを実装し、短期間でこれだけの進展を見せたクリエイティブサーベイのフォーキャストマネジメント。今後もさらなる戦略的データ活用を促し、同社の事業成長に大きく寄与していくことが期待されています。



Xactly株式会社 〒107-6218 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー18階

Xactly (エグザクトリー) は、企業の営業フォーキャスト(売上予測)やインセンティブ報酬管理を支援するSaaSソリューションを提供するグローバルリーディングカンパニーです。『トップラインの成長』と『適切な報酬の分配』という持続的な事業成長の基盤の構築をXactlyのソリューションが支えます。

Xactlyの詳細は、<https://www.xactly.co.jp/>をご覧ください。

また、Xactly Forecastingの詳細は、<https://xactly.co.jp/lp/forecasting/>をご覧ください。

